

# A primeira página de jornais portugueses à luz da análise multimodal

*Flaviane Faria Carvalho*

Doutoranda na Universidade de Lisboa



# A primeira página de jornais portugueses à luz da análise multimodal

## 1. Introdução

Nas últimas décadas, a apresentação visual dos meios de comunicação tem passado por mudanças significativas, especialmente no que diz respeito à configuração da primeira página de jornais impressos. Kress & van Leeuwen (28) explicam que, há cerca de trinta anos, o modo semiótico predominante nos jornais era o verbal, através do caracteres impressos na página. Com a consolidação e a concorrência da mídia audiovisual, muitos desses jornais passaram a utilizar uma profusão de imagens, cores e títulos chamativos, num espaço que outrora era monocromático e uniformemente ocupado por blocos de texto, na tentativa de atrair e estimular o interesse dos seus leitores. Segundo Ferreira Júnior (53), a apresentação visual assume um papel cada vez mais preponderante na mídia impressa, fato observado principalmente na primeira página de jornais – unidade de significação com a qual primeiro se depara o leitor.

No cenário internacional de pesquisa em análise textual de base sistêmica, Kress e van Leeuwen, em *Reading Images: the grammar of visual design*, propõem a análise do *layout* da primeira página de jornais, sob o viés da semiótica social e da “gramática do visual”, método embasado na gramática sistêmico-funcional hallidayana. A semiótica social, por sua vez, concebe os textos a partir de uma perspectiva multimodal, incluindo os diferentes recursos semióticos através dos quais a linguagem é realizada.

Dada a referida proliferação de signos visuais nos jornais, Kress & van Leeuwen ressaltam a importância e a necessidade de se desenvolver um método de análise que possibilite verificar como recursos semióticos verbais (blocos de textos, estilo das fontes, etc.) e visuais (fotografias, cores, etc.) dispostos no *layout* da primeira página de jornal reproduzem e constroem estruturas de significados sociais.

Tendo em vista a importância do *layout* da primeira página de jornal na construção e reprodução de idéias e valores na sociedade, bem como a inexistência de trabalhos em Portugal que focalizem tal objeto a partir de uma perspectiva multimodal, este artigo mostra-se relevante por colaborar com a expansão dos estudos sobre a teoria da multimodalidade no cenário de pesquisa internacional, nomeadamente ao abordar questões relacionadas à construção de significados sociais a partir do *layout* da primeira página de jornais portugueses. Para o presente estudo, propõe-se o corpus de análise composto pela primeira página das edições dos jornais tidos como “imprensa de referência” em Portugal: *Diário de Notícias*, *Correio da Manhã* e *Público*, edições de 23 de fevereiro de 2008.

Para a análise da configuração visual do layout das primeiras páginas, será utilizado o instrumental oferecido pela gramática do visual, especificamente no que tange aos significados composicionais (Kress & van Leeuwen 181-223). Na seção seguinte, será apresentado com maior detalhamento o arcabouço teórico-metodológico por meio do qual a análise do corpus é realizada.

## 2. Estratégias Teórico-Metodológicas

O trabalho de Hodge & Kress, intitulado *Social Semiotics*, marca o início dos estudos em semiótica social aplicada a textos multimodais. Conforme assinalam Kress & van Leeuwen (6), as teorias semióticas tradicionais mostram-se inadequadas porque estão fundamentadas em uma concepção de linguagem baseada em apenas um modo semiótico, ignorando a multimodalidade dos textos, ou seja, a interrelação entre texto escrito, imagens e outros elementos gráficos que, juntos, engendram um *design* visual, o chamado *layout*.

Nestes termos, a teoria da multimodalidade visa analisar os principais modos de representação em função dos quais um determinado texto é produzido e realizado, bem como compreender o potencial de origem histórica e cultural utilizado para construir o significado de qualquer modo semiótico. Dessa maneira, busca-se abordar as particularidades de cada modo semiótico, as regularidades de suas combinações, e seus valores em cada cultura.

A semiótica social da comunicação visual é funcionalista por conceber que os recursos visuais são processados para realizar tipos específicos de trabalho semiótico (Jewitt & Oyama 140). Essa noção decorre da “gramática sistêmico-funcional” desenvolvida por Michael Halliday, que destaca três tipos específicos de trabalho semiótico – as chamadas “metafunções” –, sempre realizadas simultaneamente, a saber: a metafunção ideacional (relacionada com o tipo de atividade em curso), a metafunção interpessoal (o tipo de relação entre os participantes), e a metafunção textual (o modo com que o texto organiza as metafunções ideacional e interpessoal).

Em sua proposta de análise de textos multimodais, Kress & van Leeuwen adotam a referida noção teórica hallidayana de metafunções, fazendo, entretanto, algumas alterações para melhor adequá-las ao modo semiótico visual. Desta perspectiva, a comunicação visual não só representa o mundo, mas também estabelece uma interação social, com ou sem o acompanhamento do texto escrito, constituindo-se, assim, como um tipo de texto reconhecível e dotado de uma unidade significativa. Sob este viés, as metafunções ideacional, interpessoal e textual passam a ser denominadas por Kress & van Leeuwen (36) de significados “representacionais”, “interativos” e “composicionais”, respectivamente.

Segundo Kress & van Leeuwen (36), os significados representacionais são realizados (de modo concreto ou abstrato) pelos participantes (indivíduos, lugares ou coisas) descritos, e podem ser subdivididos em duas estruturas: a narrativa, relacionada a representações e eventos; e a conceitual, referente à representação da “essência” dos participantes, podendo ser de natureza classificacional, analítica ou simbólica.

Os significados interativos, de acordo com Kress & van Leeuwen (37), são expressados pelo tipo de interação estabelecida entre os participantes representados, os produtores da imagem e os espectadores destas mensagens visuais, através dos seguintes recursos: o sistema do olhar, o enquadramento, e a perspectiva.

Tendo em vista que o presente estudo visa analisar a construção de significados na *layout* da primeira página de jornais, o foco recai sobre a categoria relativa aos significados composicionais, descrita a seguir.

## 2.1 Os significados composicionais

A partir do instrumental de análise proposto pela gramática do visual, adoto a categoria relativa aos significados composicionais: a forma pela qual os elementos do *layout* são integrados a fim de conferir-lhes coerência e unidade de significação, a partir de três sistemas interrelacionados: “valor informacional”, “saliência” e “moldura”.

O valor informacional está relacionado com a significação atribuída aos elementos em função de sua localização na página, a partir do sistema Dado-Novo (informação apresentada como já conhecida e consensual  $\times$  informação apresentada como novidade e passível de discussão); Ideal-Real (informação idealizada e de prestígio  $\times$  informação de caráter realístico e prático); e Centro-Margem (informação de valor central  $\times$  informação de valor periférico e subserviente).

A *saliência* diz respeito aos recursos empregados nos elementos da página para atrair a atenção do leitor, definindo também a trajetória de leitura, e podendo estabelecer relações hierárquicas entre as mensagens. A *saliência* se realiza por meio da disposição dos elementos em primeiro plano; tamanho relativo; perspectiva; contrastes de tonalidade ou cor; diferenças de brilho, entre outros.

Os recursos de *moldura* conferem diferentes graus de conexão ou desconexão entre os elementos ou grupos de elementos dispostos na página, através da ausência ou presença de linhas de moldura, espaços vazios entre os elementos, relações de contraste, descontinuidades de cor e brilho, continuidades ou similaridades de cor e formato visual, vetores formados pelos próprios componentes visuais, dentre outros.

A FIGURA 1, indicada abaixo, sintetiza a rede de sistemas através dos quais os significados composicionais são realizados:

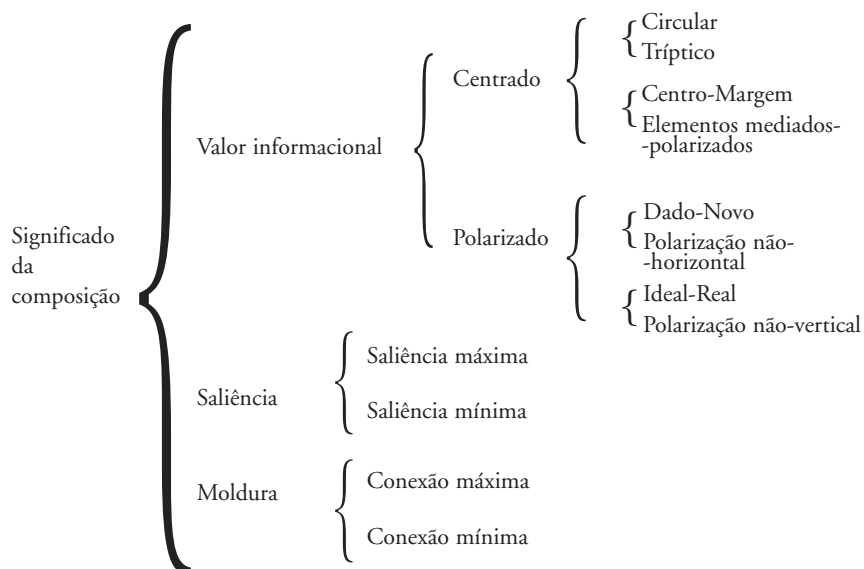


FIGURA 1: O sistema dos significados composicionais (Adaptado de Kress & van Leeuwen 223).

Uma vez apresentada a metodologia empregada no presente trabalho, passo agora para a análise do *layout* das primeiras páginas dos jornais em questão.

### 3. Os significados sociais (re) produzidos pela composição das capas dos jornais *Diário de Notícias*, *Correio da Manhã* e *Público*

#### Valor informacional

##### *Dado*

O domínio do Dado está associado ao lado esquerdo da página, apresentando as informações como já conhecidas pelo leitor. Em se tratando do *Diário de Notícias* (doravante *DN*), no que concerne ao domínio do Dado, aparecem as chamadas “Pilotos do avião que caiu eram filhos de madeirenses”, “Pinto da Costa acusa Maria José Morgado”, e “Mãe que matou filho fica em liberdade”. Ao dispor tais informações neste domínio, o jornal sugere os eventos de âmbito nacional como fami-

liares ao leitor; além disso, apresenta seu teor negativo e polêmico como dados, incontestáveis, e consensualmente aceitos pelos leitores.

Com relação à página analisada do *Correio da Manhã* (doravante *CM*), no domínio do Dado, figuram as chamadas “Processo de procuradora causa demissão de director da PJ Porto”, esta acompanhada da foto do referido director da Polícia Judiciária do Porto, Vítor Guimarães, bem como a chamada “António Preto [deputado do PSD] julgado por fraude fiscal”. Ao figurarem no domínio do Dado – o qual é geralmente associado a informações tidas como auto-evidentes e como ponto de partida para a leitura das mensagens – as notícias sobre denúncias e julgamentos relativos a atores sociais ligados ao poder público parecem ser apresentadas ao leitor como eventos indiscutíveis e dotados de veracidade.

Em se tratando do domínio do Dado no jornal *Público*, encontram-se as chamadas “Psicologia e Enfermagem entre os cursos com mais desempregados” e “Curdistão: Turquia lança incursão no Norte do Iraque contra o PKK”, esta última acompanhada de sua respectiva imagem. Com base neste tipo de configuração, é possível sugerir que o jornal apresenta como ponto de partida para a leitura os eventos de âmbito nacional e internacional, ensejando-os como familiares ao leitor. Além disso, o jornal parece ensinar o teor e o impacto das chamadas “Psicologia e Enfermagem entre os cursos com mais desempregados” e “Curdistão: Turquia lança incursão no Norte do Iraque contra o PKK” como acontecimentos dados e incostestáveis.

### *Novo*

O domínio do Novo refere-se ao lado direito da página, e apresenta as informações como ainda não conhecidas pelo leitor. Com relação ao domínio do Novo no *DN*, afiguram-se a chamada “Director da PJ do Porto forçado a demitir-se”, bem como as publicidades referentes ao “toto-bola” e à revista *NS*’ [Notícias Sábado], produzida pelo próprio jornal. A partir deste tipo de configuração, pode-se apontar que o *DN* apresenta como problemática e contestável a demissão do director da Polícia Judiciária do Porto. Paralelamente, o jornal elege como novidades a premiação oferecida pela “totoloto”, e as informações divulgadas pela revista *NS*’ – chamando, desse modo, a atenção do leitor para as publicidades anunciadas, inclusive as suas próprias.



Relativamente ao domínio do Novo no *CM*, encontra-se a chamada “Donos ignoram polémica das casas de Sócrates”, acompanhada pela imagem de D. Maria José, uma idosa moradora de umas das casas licenciadas pelo atual primeiro-ministro. Tendo em vista que o domínio do Novo enseja informações como ainda não conhecidas e, por isso, sujeitas à discussão, o *CM* apresenta a referida chamada – concernente ao gênero reportagem e associada à notícia denunciava – como digna da atenção do leitor, em função do seu status de novidade e do seu caráter polêmico.

No domínio do Novo do *Público*, predominam os modos semióticos verbais, compostos pelas chamadas “Caso Joana: inspectores da PJ acusados de agressões”, “Balcãs: UE avisa Sérvia, Rússia ameaça UE e NATO”, e “Banco de Portugal: Há sinais de marcha-atrás na retoma”. Ao situar tais chamadas neste domínio, o *Público* tende a chamar a atenção do leitor para o conteúdo e o caráter preocupante das informações reportadas, ao colocar sob discussão (e não apresentando como um evento dado e incontestável) a acusação feita aos inspetores da PJ, problematizar o conflito entre Rússia e Sérvia, e apontar para a possibilidade (e não para a certeza) de uma recessão na economia portuguesa, respectivamente.

### *Ideal*

O domínio do Ideal está associado à seção superior da página e sugere os elementos representados como dotados de idealização, abstração, generalização ou emoção. Em se tratando do domínio do Ideal no *DN*, encontram-se as chamadas “Emigrantes à semana” (acompanhada de uma imagem, qual seja, carros atravessando a fronteira entre Portugal e Espanha) – associada, inclusive, ao logotipo do jornal –, e “PPR do Estado vão dar direito a pensão vitalícia”. Ao associar tais informações a este domínio, o *DN* parece conferir destaque, respectivamente, ao gênero reportagem (como é o caso de “Emigrantes à semana”), além de enfatizar as ações positivas realizadas pelo Estado, conferindo-lhe maior poder. Ademais, é possível visualizar, em uma estrutura Ideal-Novo, a presença da publicidade “DVD Grátis”, configuração esta que lhe atribui valor e prestígio e, ao mesmo tempo, atrai os olhos do leitor por conta do seu caráter de novidade.

Quanto ao domínio do Ideal no *CM*, encontram-se as chamadas “Função pública sem promoções”, sugerida como uma das informações

mais relevantes da página, e “Doação de rim reforça união” (em que figura também a imagem do casal protagonista da notícia), disposta em uma estrutura Ideal-Novo, o que aponta para o ineditismo e para os eventuais efeitos positivos do acontecimento reportado. No topo máximo da página, afiguram-se as publicidades advindas do próprio jornal, como a coleção “Esqueleto Humano” e a entrega das medalhas “Imagens da Paixão”, representadas, desse modo, como dotadas de valor e importância. Também é possível verificar, em uma estrutura Ideal-Dado, a publicização da revista *Vidas*, oferecida pelo próprio jornal, e representada, por um lado, como familiar e conhecida pelo leitor e, por outro, como portadora de relevância e prestígio.

No *Público*, o domínio do Ideal é ocupado pelas chamadas “Albino Aroso: o homem que receitava a pílula quando a contracepção era proibida”, “Ciência: Visita guiada ao mundo fantástico da Aula da Esfera”, “Dinheiro: bancos *peer-to-peer*, o futuro do crédito”, e “Portfólio: fomos a um circo numa sala vazia do Porto”. Nesse sentido, pode-se verificar que, na página analisada, o domínio do Ideal é predominantemente ocupado por notícias de âmbito nacional – nomeadamente pertencentes ao âmbito da saúde, economia, ciência e cultura – apresentadas como dotadas de valor e prestígio e associadas, inclusive, à identidade do jornal, que enseja-se como formador de opinião, tendo em vista a pluralidade e o impacto social das chamadas figuradas em tal domínio.

Em uma estrutura Ideal-Novo, observa-se, ainda, a presença de uma autopublicidade (“Livro Os Lobos: Hoje por mais 25 euros”), sugerida como importante e digna de atenção. No entanto, como será visto no item *Moldura*, a referida publicidade encontra-se dissociada da informação jornalística e do logotipo do jornal, diferentemente dos jornais *Diário de Notícias* e *Correio da Manhã*, que parecem mesclar tais gêneros.

### *Real*

O domínio do Real refere-se à seção inferior da página, e geralmente sugere informações de aspecto prático, específico, ou mais realistas e concretas. Quanto ao domínio do Real no *DN*, figuram as chamadas “Rússia ameaça usar a força no Kosovo” (juntamente com a imagem de manifestantes trajados de preto e segurando a bandeira da Rússia), e “Governo divulga os cursos do desemprego”. Esse tipo de configuração

pode sugerir que o jornal confere maior seriedade e realismo a estas chamadas, devido às suas implicações negativas e preocupantes, tais como a ameaça em Kosovo e o aumento do desemprego em Portugal. Para além disso, também pode-se notar a configuração da publicidade relativa ao banco BPN, estimulando o leitor à ação prática de afiliar-se ao banco.

Em relação ao domínio do Real no *CM*, parte inferior da página, afiguram-se as chamadas “Binya e Cardozo enfrentam-se no treino” (onde ambos aparecem retratados), “Veiga força Benfica a trocar de hotel”, “Corrupção preocupa Cavaco”, “Inspectores acusados de agressão”, “Pinto da Costa ataca Maria José Morgado” (em que figura uma foto de Pinto da Costa). Ademais, aparecem, em estruturas Real-Dado e Real-Novo, as publicidades relativas à empresa “cofersan” e à “totoloto”, respectivamente. Partindo do pressuposto de que o domínio do Real pode estar vinculado a significações de carácter mais prático e realista, é possível dizer que o *CM* associa a tal domínio informações de impacto mais negativo, a partir de um *mix* de eventos que se dividem entre assuntos relacionados à política, polícia e desporto. Além disso, a presença de publicidades neste domínio parece trazê-las para o cotidiano do leitor, impelindo-o a consumi-las. Com efeito, o excesso de eventos e gêneros (entrevista, coluna, publicidade) acaba por (re)produzir a realidade vivida pelo leitor, o qual é diariamente bombardeado pelo excesso de informações.

Já na capa analisada do *Público*, o domínio do Real é praticamente ocupado pela fotografia da chamada “Curdistão: Turquia lança incursão no Norte do Iraque contra o PKK”, parecendo ressaltar o aspecto realista e as ações efetuadas pelo Exército turco sobre o Curdistão.

### Saliência

A saliência refere-se aos recursos conferidos aos elementos informacionais a fim de atribuir-lhes destaque, poder e/ou importância, determinando, assim, a trajetória de leitura da página. Na capa da edição analisada, o *DN* parece atribuir maior saliência à fotografia referente à chamada da reportagem “Emigrantes à semana”, em função da disposição de sua respectiva imagem no domínio do Ideal, da saturação das cores empregadas e do tamanho excessivo da imagem.

Paralelamente, é possível observar a saliência conferida à chamada “Rússia ameaça usar a força no Kosovo”, por conta de sua localização no

centro da página, do tamanho significativo da imagem, da intensidade das cores, da precisão do foco, além da tonalidade vermelha empregada na fonte do título da chamada. Além disso, verifica-se um certo teor de saliência aplicado à chamada “PPR do Estado vão dar direito a pensão vitalícia”, devido ao tamanho excessivo da fonte utilizada e a sua disposição no domínio do Ideal.

Também recebem destaque os produtos oferecidos pelo jornal, como a *newsmagazine NS*’ [Notícias Sábado] e o “DVD Grátis”, em decorrência das cores “quentes” figuradas nas chamadas (alaranjado, vermelho, amarelo), bem como a sobressalência de ambos na página<sup>1</sup>. As demais publicidades, referentes ao “BPN” [Banco Português de Negócios] e à “totoloto”, embora em um teor mais baixo de saliência, também recebem destaque, dado o efeito de contraste e a coloração intensa nelas aplicada.

Com base na análise dos recursos de saliência configurados na primeira página do *DN*, é possível dizer que o referido jornal elege o gênero reportagem como mais importante, bem como as notícias de caráter político e internacional. Para além disso, nota-se uma certa tendência por parte do jornal de autopublicização, através da saliência atribuída à sua revista e à oferta de DVDs, ensejando-lhes, de certo modo, prestígio e idealização.

A edição analisada do *CM* atribui maior saliência à chamada “Donos ignoram polémica das casas de Sócrates”, devido à cor vermelha empregada na fonte do título da chamada, bem como ao tamanho significativo e à sobressalência de sua respectiva imagem, à elevada carga de luminosidade, e ao foco preciso. Paralelamente, a chamada “Função pública sem promoções” aparece com acentuado destaque, em função das fontes garrafais empregadas em seu respectivo título, bem como da sua localização no domínio do Ideal e à sobreposição de uma informação verbal (“Governo trava carreiras”) sob a forma de um carimbo, também em tonalidade vermelha, remetendo, inclusive, à uma idéia de repressão (construída e exercida no período de censura ditatorial ocorrido no país pelo governo salazarista).

---

<sup>1</sup> Ver também item *Moldura*.

Produtos agregados ao jornal – tais como a revista *Vidas* (oferecida ao leitor juntamente com o jornal, aos sábados) e a coleção “Esqueleto Humano” (em que para obtê-la é necessário pagar mais 6,95 euros!) – recebem alta saliência, dada a sobressalência e a saturação de cores configuradas em seus anúncios, e a sua localização no domínio do Ideal. Em um teor menor de saliência, figuram os demais anúncios do jornal, saturados pela tonalidade azul.

Em menor grau de saliência, aparecem as chamadas “Bynia e Cardozo enfrentam-se no treino”, devido à intensidade e à saturação das cores utilizadas na imagem. Vale destacar que a saliência provocada pela coloração vermelha permeia todas as chamadas da página, intercalada com as fontes de coloração preta. Em geral, esse tipo de recurso parece funcionar como um tipo de chamariz, atraindo a atenção do leitor para o restante do texto da chamada.

Por fim, também recebem certo grau de saliência as chamadas “Pinto da Costa ataca Maria José Morgado”, em função do contraste estabelecido entre a foto de Pinto da Costa e o segundo plano em tonalidade acinzentada no qual se encontra, “Processo de procuradora causa demissão de director da PJ Porto”, devido à precisão do foco e ao contraste da foto de Pinto Monteiro com o cenário de fundo branco, bem como a chamada “Doação de rim reforça união”, por conta da sobressalência, da localização no domínio do Ideal e do cenário de tonalidade azul no qual o casal José e Ana Cristina encontram-se retratados.

A partir da análise das chamadas mais salientes do jornal, pode-se verificar que o *CM* confere maior importância ao gênero reportagem de caráter preocupante e denunciativo, vinculada a questões ligadas ao dia-a-dia do cidadão comum. Com efeito, eventos referentes ao futebol também parecem ser representados como fatos associados ao cotidiano do leitor. Outro aspecto marcante é a autopublicização, reforçada através da saliência conferida à oferta de revistas, coleções e outros bens de consumo – dispostos em uma condição de prestígio, e sendo inculcados pouco a pouco no imaginário dos leitores como algo natural. O alto grau de saturação da página é engendrado pela quantidade excessiva de informações e modos semióticos, em que fontes, cores e imagens competem pela atenção do leitor.

A página analisada do *Público* parece atribuir maior saliência à chamada “Albino Aroso: o homem que receitava a pílula quando a contracepção era proibida”, em função da presença da representação do médico português no domínio do Ideal, da precisão do foco, do tamanho significativo, do contraste de cor e brilho entre a imagem e o segundo plano e, até mesmo, da sua sobreposição à parte do logotipo do jornal, cuja coloração vermelha do “P” acaba por atrair os olhos do leitor.

Em um segundo nível, pode-se dizer que a chamada “Curdistão: Turquia lança incursão no Norte do Iraque contra o PKK” também recebe elevado teor de saliência, devido à alta carga de brilho e à elevada dimensão da fotografia referente ao soldado, que ocupa praticamente todo o domínio do Real.

Em um grau menor de saliência, figura a chamada “Ciência: visita guiada ao mundo fantástico da Aula da Esfera”, em função da disposição no domínio do Ideal e do contraste de cores entre sua respectiva imagem (uma representação abstrata de um manuscrito) e do fundo acinzentado no qual está inserida. Por seu turno, a chamada “Psicologia e Enfermagem entre os cursos com mais desempregados” parece ganhar certa saliência, dada sua localização no domínio do Ideal e ao tamanho relativamente maior de sua fonte em comparação aos demais títulos afigurados na página.

Vale mencionar, ainda, a presença do vermelho (no início dos blocos de texto no domínio do Real e nos antetítulos no domínio do Ideal) e do amarelo (nos antetítulos do domínio do Real e nos títulos do domínio do Ideal) nas chamadas, cores quentes e estimulantes que parecem agir no sentido de chamar a atenção dos leitores para o conteúdo das informações reportadas pelo jornal.

Ademais, parte da capa do livro “Os lobos”, autopublicidade promovida pelo jornal, também recebe significativa saliência, por se encontrar no domínio do Ideal e em uma relação de contraste com o fundo de tonalidade branca.

Com base nesse tipo de configuração, é possível inferir que o *Público* elege como informações mais importantes do jornal notícias pertencentes ao “caderno P2”, nomeadamente de caráter político, educacional, cultural e científico, geralmente de âmbito nacional. Paralelamente, prioriza também as notícias de cariz internacional, precisamente os conflitos geo-

políticos instalados no continente europeu. A autopublicidade também é enfatizada, porém, em grau menor do que os demais elementos informacionais presentes na página e, além disso, parece ocupar um espaço delimitado (ver item *Moldura*) em relação às chamadas informativas.

### **Moldura**

Os recursos de moldura servem para conectar ou desconectar os elementos informacionais representados na página. De modo geral, a primeira página do *DN* utiliza variados recursos de moldura, principalmente espaços vazios e espessas linhas pretas de moldura entre as chamadas, engendrando uma composição na qual predomina a desconexão entre as chamadas, apresentadas, assim, de forma independente e organizada.

Em contrapartida, observa-se a conexão entre as chamadas de notícias e as publicidades dos produtos distribuídos pelo próprio jornal. Isso fica sugerido em dois momentos. O primeiro ocorre devido à sobressalência da representação da revista *NS*<sup>4</sup>, que acaba por configurar uma tênue conexão com o texto da chamada “PPR do Estado vão dar direito a pensão vitalícia”, através de um sutil vetor formado entre ambos – o que enseja também uma certa conexão entre um produto pertencente ao jornal e as informações positivas veiculadas [“Os últimos avanços médicos em Portugal”]. Tal conexão pode ser entendida, inclusive, como semântica, visto que ambas as chamadas conectadas são dotadas de impacto positivo. Quanto à revista *NS*<sup>4</sup>, pode-se verificar uma conexão entre a representação da revista e a sua respectiva chamada (“Os últimos avanços médicos em Portugal”), dada a sobressalência da revista sobre o espaço em que se encontra a sua respectiva informação verbal. Essa configuração só vem a reforçar a idéia de que uma tendência crescente entre informação e autopublicidade por meio da oferta de outros bens acoplados ao jornal.

Já o segundo momento se dá de maneira mais evidente, onde é possível verificar a conexão entre o logotipo do jornal, o texto e a imagem da chamada sobre a reportagem “Emigrantes à semana”, e a publicidade “DVD Grátis”, promovida pelo próprio jornal através da imersão dos recursos verbais e visuais de cada um na imagem referente à reportagem. Essa relação de conexão configurada entre tais elementos acaba por reforçar a unidade e a importância destinada à reportagem e à autopublicidade, associadas entre si e, inclusive, à própria identidade do jornal.

Na página analisada do *CM*, verifica-se a configuração de uma composição visual em que predomina a conexão entre os elementos da página, devido às sobreposições, à sobressalência e às rimas visuais estabelecidas entre as chamadas. A cor vermelha empregada em determinadas palavras do texto das chamadas parece expressar traços de saliência e conexão entre elas, talvez no sentido de chamar a atenção do leitor de maneira fragmentada, através da ênfase a determinadas palavras. Vale ressaltar o efeito de conexão operado entre as chamadas “Donos ignoram polémica das casas de Sócrates” e “Função pública sem promoções”, em função do vetor formado entre parte da cabeça da senhora Maria José – uma das protagonistas da reportagem – e a referida chamada. Tal configuração sugere também um certo ar de sarcasmo e gozo por parte de Maria José com relação ao teor da chamada “Função pública sem promoções”, uma vez que a conexão ali estabelecida engendra a impressão de que a senhora está olhando para a chamada situada acima. Ainda sobre a chamada “Donos ignoram polémica das casas de Sócrates”, percebe-se a integração entre as unidades verbal e visual, devido à conexão estabelecida entre ambas por conta da imersão do texto na imagem. Com efeito, os vários recursos de moldura empregados na referida chamada (imersão do texto na imagem, formação de vetor, por exemplo) acabam por lhe acentuar a saliência, atraindo, assim, a atenção do leitor.

As chamadas de caráter polêmico – “Corrupção preocupa Cavaco”, “Inspectores acusados de agressão” e “Pinto da Costa ataca Maria José Morgado” – aparecem em conexão no domínio do Real, através da rima visual configurada pela coloração acinzentada que perpassa por tais chamadas. Tal configuração acaba por distingui-las das chamadas relacionadas ao desporto, nomeadamente o futebol.

Pode-se apontar, também, um ligeiro efeito de conexão estabelecido entre as publicidades referentes à “totoloto” e à “cofersan”, dada a rima visual estabelecida entre elas através das similaridades da cor azul na qual encontram-se imersas. Por fim, nota-se a conexão estabelecida entre os produtos (para além de informações jornalísticas) oferecidos pelo jornal, tais como a revista *Vidas*, a coleção “Esqueleto Humano” e as medalhas “Imagens da Paixão”, em função da rima visual estabelecida entre as duas últimas e, paralelamente, da sobreposição da representação da revista nas duas publicidades. A sobreposição da revista reforça-lhe, inclusive, a



saliência; além disso, o excerto verbal “Revista Grátis” parece funcionar como elemento intermediador entre o logotipo do jornal e a chamada “Função pública sem promoções”, estabelecendo, dessa maneira, um efeito de conexão entre ambos.

Na página analisada do *Público*, predomina a desconexão entre os elementos informacionais da página, em função das linhas pretas e acinzentadas de moldura empregadas entre as chamadas, apresentando-as, assim, de maneira independente, harmoniosa, e marcadamente delimitadas entre si. Desta perspectiva, nota-se uma clara separação entre os domínios Ideal e Real, Dado e Novo.

A autopublicidade promovida pelo jornal, aparece em desconexão com as demais informações jornalísticas da página, o que pode ser verificado através do uso de fontes com uma cor distinta das demais figuradas; além disso, encontra-se fora do espaço destinado às chamadas. Esse tipo de configuração parece sinalizar um certo cuidado por parte do *Público* em delimitar o espaço ocupado por uma publicidade e o espaço ocupado por uma informação jornalística, evitando, assim, a tendência geral de conectá-las e hibridizá-las, e reconhecendo a diferença no propósito comunicativo de cada um desses gêneros: informar e consumir, respectivamente.

Em termos de conexão, é possível verificar uma rima visual configurada entre os “antetítulos” das chamadas no domínio do Real, através do uso da coloração amarela em suas fontes (“Caso Joana”, “Balcãs”, “Banco de Portugal”, “Curdistão”), o que enseja uma conexão entre as chamadas expressadas apenas pelo modo semiótico verbal. O uso do amarelo, cor quente, talvez seja empregado no sentido de atrair o leitor para o conteúdo das informações veiculadas pelo jornal. A rima visual também pode ser observada na chamada “Curdistão: Turquia lança incursão no Norte do Iraque contra o PKK”, devido à cor branca adotada na fonte do título e na sua respectiva fotografia, que se manifesta tanto no cenário, através da neve, como também no uniforme do soldado do exército turco – conferindo, portanto, unidade entre os elementos informacionais da chamada e, com isso, reforçando-lhe a importância e a identidade.

Já no domínio do Ideal, visualiza-se a conexão entre suas chamadas, visto que encontram-se submersas a um fundo acinzentado, bem como figuram numa relação de rima visual estabelecida entre os títulos (amarelo) e antetítulos (vermelho) das chamadas. Tais chamadas aparecem,

inclusive, associadas ao próprio logotipo do jornal, uma vez observada a sobreposição da imagem do médico português Albino Aroso à parte do logotipo do *Público*. Nesse sentido, pode-se dizer que o jornal associa à sua própria identidade a informações jornalísticas de cunho educacional, social (“Albino Aroso: o homem que receitava a pílula quando a contracepção era proibida”), científico (“Ciência: Visita guiada ao mundo fantástico da Aula da Esfera”), econômico (“Dinheiro: bancos *peer-to-peer*, o futuro do crédito”), e cultural (“Portfólio: fomos a um circo numa sala vazia do Porto”) – sugerindo uma maior preocupação com a formação plural dos seus leitores.

#### 4. Considerações Finais

Em linhas gerais, os jornais *DN* e *CM* tendem a apresentar como ponto de partida para a leitura das mensagens os eventos nacionais com certo impacto negativo, tais como fraudes, demissões, acidentes e mortes, ensejando suas causas e fins como informações dadas e inquestionáveis. Por seu turno, o jornal *Público* apresenta como ponto de partida para a leitura as notícias de âmbito nacional e internacional, sinalizando uma certa preferência pela pluralidade de informações de cunho social e crítico.

Ademais, as capas dos veículos analisados apontam para uma tendência em agregar outros produtos ao jornal, realizando a sua respectiva autopublicização, provavelmente para abarcar maior número de leitores-consumidores. Desta perspectiva, pode-se dizer que este tipo de configuração (re)produz tendências atuais de nossa sociedade, qual seja, a hibridização entre informação jornalística e publicidade. Se outrora cada um desses gêneros ocupavam espaços muito bem delimitados dentro do veículo, em que recorria-se à publicidade e aos anúncios de maneira explícita, com a finalidade de buscar subsídios para a produção e manutenção do jornal; atualmente é o próprio jornal que lança mão da publicização dos seus próprios produtos para manterem-se no mercado.

No *DN* e no *CM*, tais publicidades são dotadas de alto grau de saliência e encontram-se dispostas no domínio do Ideal, o que lhes confere poder e maior importância em relação às demais notícias apresentadas na primeira página. A publicização de produtos aparece, inclusive, em conexão

com as chamadas e com o logotipo do jornal, estabelecendo, assim, uma relação identitária entre informação e consumo. A reportagem também recebe alto teor de saliência, parecendo ser considerada um gênero jornalístico dotado de valor e prestígio por parte dos jornais. No *Público*, a autopublicidade também aparece no domínio do Ideal, porém recebe pouca saliência e é desconectada das demais chamadas, o que aponta para uma maior preocupação por parte do referido jornal em atribuir maior importância e prestígio às informações jornalísticas e de interesse público.

O domínio do Ideal no *Público* também constrói significados diferentes em relação aos outros jornais: no referido domínio, visualiza-se a conexão entre suas chamadas, que aparecem, inclusive, associadas ao próprio logotipo do jornal. Nesse sentido, pode-se dizer que o jornal associa a sua própria identidade às informações jornalísticas de cariz educacional, social, científico, econômico, e cultural – sugeridas como importantes e como a essência das informações apresentadas pelo jornal – e sinalizando, assim, uma maior preocupação com a formação crítica dos seus leitores.

Enquanto o *DN* apresenta no domínio do Real um número restrito de chamadas que oscilam entre a publicidade de determinadas empresas e as chamadas de impacto preocupante e/ou negativo, e o *Público* apenas uma chamada de âmbito internacional em seu domínio, o *CM* dispõe de uma quantidade excessiva de notícias e gêneros, tais como entrevista, coluna, publicidade, e chamadas sobre política, polícia e futebol. Tendo em vista que o domínio do Real é geralmente associado a informações mais concretas e de aspecto mais empírico e realista, pode-se sugerir que a configuração expressada em cada jornal remete, mais uma vez, ao perfil do público-alvo: de um lado, o *DN* e o *Público* optam pela clareza e pela harmonia na representação de seus elementos, de outro, o *CM* opta pelo excesso e pela saturação das informações apresentadas.

A partir da observação do uso da saliência pelos jornais, pode-se ensejar que o *DN* e o *Público* conferem destaque a eventos tanto nacionais como internacionais, sinalizando com isso tendências mais globalizantes; ao passo que o *CM* parece atribuir maior importância aos eventos nacionais, sugerindo tendências mais locais e ligadas ao cotidiano dos seus leitores.

No que tange aos recursos de moldura, verifica-se o predomínio da desconexão e da organização harmoniosa entre os elementos informa-

cionais disposto na página do *DN* e do *Público*, talvez (re)produzindo o perfil do seu público-alvo, cujo capital cultural permite-lhes ordenar e sistematizar a realidade em que vivem. Exceção disso no *DN* é a conexão entre reportagem, autopublicidade e o logotipo do jornal que, figurados no domínio do Ideal, acabam por sugerir a identidade e a essência do veículo, qual seja, a associação entre informação e entretenimento de qualidade. Já no *CM*, observa-se o predomínio da conexão entre os elementos informacionais, nomeadamente entre autopublicidades, entre estas e as chamadas noticiosas, bem como entre chamadas de caráter denunciativo, preocupante e polêmico.

Cumpre ressaltar que a autopublicidade promovida pelo jornal *Público*, distintamente dos outros jornais, aparece em desconexão com as demais informações jornalísticas da página, o que pode ser verificado através do uso de fontes com uma cor distinta das demais figuradas; além disso, encontra-se fora do espaço destinado às chamadas. Esse tipo de configuração parece sinalizar um cuidado maior por parte do *Público* em delimitar o espaço ocupado por uma publicidade e o espaço ocupado por uma informação jornalística, evitando, assim, a tendência geral de conectá-las e hibridizá-las, e reconhecendo a diferença no propósito comunicativo de cada um desses gêneros: informar e consumir, respectivamente.

Para fins de conclusão, torna-se pertinente enfatizar a eficácia do método proposto pela análise multimodal do *layout* da primeira página de jornais e, para além dos textos midiáticos, ressalta-se a importância de se expandir a sua aplicação em outros domínios do saber, como por exemplo, em materiais didáticos, livros infantis, encartes e rótulos de produtos, etc.

## 5. Referências bibliográficas

- Ferreira Júnior, José. *Capas de jornal: a primeira imagem e o espaço gráfico visual*. Senac: São Paulo, 2003.
- Fowler, Roger. *Language in the News: discourse and ideology in the Press*. London: Routledge, 1991.
- Halliday, Michael. *An introduction to functional grammar*. London: Arnold, 1994.

Hodge, Robert and Gunther Kress. *Social Semiotics*. Cambridge: Polity Press, 1998.

Jewitt, Carey and Rumiko Oyama. Visual Meaning: a Social Semiotic Approach. In: van Leeuwen, Theo and Carol Jewitt. *Handbook of Visual Analysis*. London: SAGE Publications, 2001.

Kress, Gunther and Theo van Leeuwen. *Reading Images: the grammar of visual design*. London and New York: Routledge, 1996.

Kress, Gunther and Theo van Leeuwen. Front Pages: (The Critical) Analysis of Newspaper Layout. In: Bell, Allan and Peter Garrett. ed(s). *Approaches to Media Discourse*. Oxford: Blackwell, 1998.

van Leeuwen, Theo. *Introducing Social Semiotics*. London and New York: Routledge, 2005.



Primeira página do jornal *Diário de Notícias*, edição de 23 de fevereiro de 2008.



Primeira página do jornal *Correio da Manhã*, edição de 23 de fevereiro de 2008.





Primeira página do jornal *Público*, edição de 23 de fevereiro de 2008.